

施策評価シート

施策等名称	にぎわいのあるまちづくりの推進	体系番号	0401010601
		主管課	地域創生課

1 施策基本情報

現状と課題	生産年齢人口の減少や全国的な景気回復企業に伴って、市内産業における労働力の不足や新たな担い手確保が困難になることが予想されます。また、人口減少から地域社会の担い手が不足することが予想されます。
めざす将来像 (あるべき姿、基本的な考え方)	田舎暮らしツアーの企画やPR方法等についてさらに工夫を重ね、さらなる移住者の増加を図り、にぎわいのあるまちづくりを推進します。

施策指標	指標名称	指標の説明(単位)	計画策定時	2022年度目標値	2027年度目標値
	①	田舎暮らし事業体験ツアー年間参加人数	年4回実施するツアーの参加人数(人)	97	110
②					
③					

施策の体系	名称	にぎわいのあるまちづくりの推進		主管課	観光課			
	詳細	田舎暮らしツアーの企画やPR方法等についてさらに工夫を重ね、さらなる移住者の増加を図り、にぎわいのあるまちづくりを推進します。						
	施策の柱 1	まちづくりの目標指標	指標の説明(単位)	計画策定時	2022年度目標値 2027年度目標値	柱を構成する主要事務事業	区分	
		1	田舎暮らし事業体験ツアー年間参加人数	ツアーの参加人数(人)	97	110	1 移住推進事業	実施
		2					2	
		3					3	
	基本政策間連携							
	施策の柱 2	名称			主管課			
		詳細						
		まちづくりの目標指標	指標の説明(単位)	計画策定時	2022年度目標値 2027年度目標値	柱を構成する主要事務事業	区分	
		1					1	
	2					2		
	3					3		
	基本政策間連携							
	施策の柱 3	名称			主管課			
詳細								
まちづくりの目標指標		指標の説明(単位)	計画策定時	2022年度目標値 2027年度目標値	柱を構成する主要事務事業	区分		
1						1		
2					2			
3					3			
基本政策間連携								

施策等名称	にぎわいのあるまちづくりの推進	体系番号	0401010601
		主管課	地域創生課

2 指標等の推移と変動要因

体系区分	成果指標名	計画策定時	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
指標No.		中間目標値	実績値 / 達成率(実績値÷目標値)					
施策		97	123	130	-	-	94	88
1	田舎暮らし事業体験ツアー年間参加人数	110	111.82	118.18	-	-	85.45	80.00
変動要因等	2018年度	年5回のツアー内容が、移住希望者のニーズとマッチしたため。						
	2019年度	年5回のツアー内容が、移住希望者のニーズとマッチしたため。						
	2020年度	新型コロナウイルス感染症拡大によりツアーが開催できなかったため。						
	2021年度	新型コロナウイルス感染症拡大によりツアーが開催できなかったため。						
	2022年度	3年振りの開催で、感染症対策を行いながら実施したため。						
	2023年度	コロナ前と同じような状況で年4回ツアーを開催した。						
柱1		97	123	130	-	-	94	88
1	田舎暮らし事業体験ツアー年間参加人数	110	111.82	118.18	-	-	85.45	80.00
変動要因等	2018年度	年5回のツアー内容が、移住希望者のニーズとマッチしたため。						
	2019年度	年5回のツアー内容が、移住希望者のニーズとマッチしたため。						
	2020年度	新型コロナウイルス感染症拡大によりツアーが開催できなかったため。						
	2021年度	新型コロナウイルス感染症拡大によりツアーが開催できなかったため。						
	2022年度	3年振りの開催で、感染症対策を行いながら実施したため。						
	2023年度	コロナ前と同じような状況で年4回ツアーを開催した。						

施策等名称	にぎわいのあるまちづくりの推進	体系番号	0401010601
		主管課	地域創生課

3 評価・改革改善

(単位:円)

項目	2018年(前年度比)		2019年(前年度比)		2020年(前年度比)		2021年(前年度比)		2022年(前年度比)		2018年~2023年(総括)		
	投資額	事業費(円)	3,900,681	7,460,989	1.91	6,951,760	0.93	10,432,461	1.50	8,367,686	0.80	7,970,237	0.95
うち一財(円)		3,780,681	7,340,989	1.94	6,831,760	0.93	10,312,461	1.51	7,722,686	0.75	6,050,237	0.78	
(2018年~2023年(総括)については2023年の実績を記載)	増減理由(一般財源前年度比±10%以上の場合に記載)	産休中の正規職員の代替として、地域おこし協力隊員を配置した。その地域おこし協力隊員の人員費分が増額となった。		長野県農ある暮らし事業として、新たにイメージパンフレット作成、特設サイト作成などがあり、「田舎暮らし楽園信州」の協議会」負担金が増額となったため。		長野県農ある暮らし事業として、新たにイメージパンフレット作成、特設サイト作成などがあり、「田舎暮らし楽園信州」の協議会」負担金が増額となったため。		長野県農ある暮らし事業として、新たにイメージパンフレット作成、特設サイト作成などがあり、「田舎暮らし楽園信州」の協議会」負担金が増額となったため。					
進捗評価	順調		順調		順調		順調		順調		順調		
総合評価	主な取組内容や成果	2018年中の市内人口の社会増減をみると、87名と社会増加であった。市・商工会議所・宅建協会等で共同設立した「田舎暮らし楽園信州」の協議会」における移住促進事業の情報発信等の取組が、この成果に貢献していると考えている。「楽ちの」と連携した取組を継続したい。		「田舎暮らし楽園信州」の協議会」を中心に、年5回のツアーを開催し、130名の方に参加いただいた。これは、大都市でのセミナーの開催や大規模フェアへの出展を重ねたことに加えて、SNSを活用した情報発信の成果と考える。		例年「田舎暮らし楽園信州」の協議会」を中心にセミナー及びツアーを実施していたが、新型コロナウイルスの感染拡大により、対面からオンラインを活用した手法に変更し、情報発信を行った。R2年度の相談件数は、R1年度の2.8倍にあたる126件となり、オンラインを活用した成果と考える。		新型コロナウイルス感染症の影響により、セミナーが上半期は出来なかった。しかしそのような時期にはオンラインセミナーの開催や、定期的なオンライン移住相談会の開催によりR3年度相談件数は217件(対前年比1.7倍増)となった。2021年中の社会増減も56名増加と一定の成果が出ている。		(R4評価)新型コロナが落ち着いた着き始め、オンラインからリアルイベントに変更した。移住相談件数はR3の1.6倍となる338件となった。(総括評価)直近3年間はコロナ禍でなかなか思うような活動は出来なかったが、その中でも出来ることを積み重ねた結果相談件数は増加傾向にあるので、成果は出ている。		コロナをきっかけに生活様式や移住を取り巻く状況も変化した。その変化にオンラインを使用し、柔軟に対応することでコロナ禍でも相談件数を伸ばしてきた。今後も時代の変化や需要に応じてセミナー実施などを継続し、移住者の獲得につなげていきたい。	
	課題	全国の自治体でセミナー・ツアーなど同じ取組が進んでいる。今まで通りの情報発信では埋没してしまうため、新たな切り口での情報発信が必要である。		人口の社会増加に向けた取組は各自治体で行われており、埋没しないように常に工夫すること、移住希望者のニーズを捉えて工夫することが課題である。		R3においても、新型コロナウイルス感染拡大が想定されることから、オンラインによる情報発信が中心となる。移住希望者に訴求力のあるセミナーテーマを設定することが求められている。		withコロナ・afterコロナに向け、どのような対策を行う中でツアーなど現地イベントを開催していくかが重要になる。また、イベント情報など情報発信の仕方(ホームページ及び冊子のバランス)を検討する必要がある。		(R4評価)コロナ禍を経て移住希望者が若年齢化してきている。移住で求めているものが変化してきている中で、その需要を見極め、その需要に応えられるセミナー等を開催する必要がある。(総括評価)今後も移住希望者の需要に応えられるようなセミナー等を開催する必要がある。		コロナをきっかけに移住熱は高まったが、人口減少・少子高齢化の現在ではどの市町村も移住に力を入れている。その中で他地域との差別化を行い、移住希望者に選ばれるため茅野市の魅力を発信していくことが今後の課題である。	
改革・改善内容	情報発信の手法について、移住希望者に適切に情報が届くように、SNSを含めて研究・調査する。	SNSでの情報発信を重ねながら、投稿した記事に対する反応を確認することにより、移住希望者の興味を捉え、ツアーやセミナーに反映させること。		移住者の増加を図るうえで、茅野市の認知度向上が不可欠であるため、HP等をリニューアルするなど移住希望者のニーズを捉えた取組をより強化する。		「田舎暮らし楽園信州」の協議会」と相談しながら、情報発信の方法(ホームページと冊子の作成)などを再検討する。		三大都市圏である現地でのイベントを増やす一方、茅野市へ来ていただけの物件見学ツアーを、感染対策を行いながら実施した。		情報発信に関しては、SNSを活用することにより、より若い世代に対して発信することを心掛けた。コロナ禍では、オンラインを活用するなど工夫してイベントや移住相談に取り組んだ。			
	重点化する施策の柱(重点業務)	1	1	1	1	1	1	1	1	1			
理由	企業、地域社会の担い手不足解消のために、人口の社会増加が必要のため。	企業、地域社会の担い手不足解消のために、人口の社会増加が必要のため。		労働力の確保、地域社会の担い手不足解消のため、人口の社会増加が必要であるから。		企業や地域における若い世代の労働力の確保、担い手不足解消のため、人口の社会増加が必要であるため。		企業や地域における若い世代の労働力の確保、担い手不足解消のため、人口の社会増加が必要であるため。		企業や地域における若い世代の労働力の確保、担い手不足解消のため、人口の社会増加が必要であるため。			

作成担当者	百瀬 博道	百瀬 博道	百瀬 博道	田中 啓吾	田中 啓吾	田中 啓吾
最終評価責任者	五味 正忠	五味 正忠	五味 正忠	柳沢 正広	柳沢 正広	両角 敏行
最終評価年月日	2019年5月31日	2020年7月9日	2021年6月16日	2022年5月30日	2023年10月19日	2024年7月12日